

## **СТИМУЛЮВАННЯ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

**Клименко М.В.,** *E-mail: klimenkok314@ gmail.com*

**Постнікова В.А.,** *E-mail: v.postnikova2000@ gmail.com*

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

Загальні методи стимулювання, в принципі, відомі давно, вони перевірені практикою і взагалі відповідають суті популярного словосполучення «методи батого і пряника». Систему стимулів можна представити у вигляді трьох ланок: примушування – заохочення – сприяння [1]. Жодна з цих ланок системи не буде працювати сама по собі, і тільки в комплексі можлива ефективна робота всієї системи.

Багаторічний досвід реалізації енергозберігаючої політики свідчить про те, що самі по собі економічні вигоди, отримані в результаті впровадження енергозберігаючих заходів і проектів, які часто виявляються недостатньо сильним аргументом на їх користь. Тому для здійснення реального енергозбереження необхідні вагомі додаткові стимули, в якості яких може застосовуватися комплекс заходів інформаційного, фінансово-економічного і нормативно-правового характеру [1].

До інформаційних заходів слід віднести: рекламні кампанії, конкурси, ярмарки, виставки, демонстраційні акції; розповсюдження передового досвіду; підвищення кваліфікації персоналу; публічну інформацію про позитивний або негативний досвід. В основному на це орієнтовані рекламно-інформаційні кампанії, що пропагують енергозберігаючий стиль життя, які проводяться при значній фінансовій підтримці з боку держави. Споживача більш всього стимулює так звана порівняльна інформація, що дозволяє йому оцінити своє місце по відношенню до стандартного середньостатистичного споживача, що найекономічніше витрачає паливно-енергетичні ресурси.

Фінансово-економічні стимули виявляються найбільш надійним засобом забезпечення енергозбереження. В першу чергу це відноситься до цін на енергетичні ресурси і тарифів на їх постачання. З одного боку, вони повинні покривати витрати енергозабезпечуючих організацій на виробництво і транспортування енергетичних ресурсів споживачам в договірних кількостях, стандартної якості при заданому рівні надійності, безпеки і економічності. З іншого боку, ціни і тарифи покликані реально стимулювати енергозбереження, підвищення ефективності використання енергоресурсів, зниження втрат. Економічні стимули виявляються тим сильніше, чим більшу частку в собівартості мають витрати на енергетику.

Істотну стимулюючу роль, окрім тарифів, грає система знижок і надбавок. Знижка до тарифу заохочує споживача енергоресурсів фактично двічі: економиться плата за невикористану частину енергоресурсів, а спожита частина оплачується по більш низькій ціні, ніж планова.

Нормативно-правове стимулювання саме по собі прямої дії на енергоспоживання або енергозбереження не оказує. Нормативний вплив здійснюється через економічні механізми, технології проектування і експлуатації, ринкові механізми. Широке розповсюдження отримали наступні форми нормативно-правового регулювання: введення і виконання обов'язкових і добровільних стандартів енергоефективності: сертифікація продукції, послуг і технологічних процесів по критерію енергоефективності.

Розглянуті принципи стимулювання енергозберігаючих заходів дозволяють вирішити актуальну задачу економії енергетичних ресурсів, яка безпосередньо пов'язана з проблемами екології та ціноутворення виробленої продукції.

### **Список використаних джерел**

1. Корчемний М. Енергозбереження в агропромисловому комплексі. М. Корчемний, В. Федорейко, В. Щербань. : Тернопіль: Підручники і посібники, 2001. 984 с.

**Науковий керівник: Постнікова М.В., к.т.н., доцент**